

# Perancangan Video Layanan Masyarakat Partisipasi Generasi Muda Pada *Save Street Child* Surabaya

**Rosalia Rosabella Chandra**

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain  
Universitas Kristen Petra, Surabaya  
Email: rosabella.chandra@hotmail.com

## Abstrak

Meningkatnya jumlah anak-anak jalanan merupakan fenomena yang menjadi tanggung jawab masyarakat Indonesia, sesuai dengan undang-undang yang berlaku. Generasi muda sebagai penerus bangsa masih belum menyadari pentingnya pendidikan bagi anak-anak jalanan. Melalui perancangan video, pesan yang disampaikan akan lebih dimengerti dan menarik bagi generasi muda. Tujuan perancangan ini adalah untuk mengajak generasi muda di Surabaya untuk berpartisipasi pada komunitas pemerhati anak jalanan: *Save Street Child* Surabaya. Metode perancangan yang dipakai yaitu metode kualitatif dan 5W+1H.

**Kata kunci:** Anak Jalanan, Video, *Save Street Child* Surabaya

## Abstract

**Title:** *The Design of Public Service Announcement Video of Youth Participation in Save Street Child Surabaya*

*The phenomenon of the increasing number of street children is Indonesian civilian responsibility, according to current governmental law. Youth as the nation's future has not realized the importance of education for street children. With this design of the public service announcement video, youth will be more interested and understand the message within. The purpose of this design is to invite youth in Surabaya to take part on Save Street Child Surabaya as a social community. The method used in this design is qualitative and analyzed by 5W + 1H method.*

**Keywords:** *Street Children, Video, Save Street Child Surabaya*

## Pendahuluan

Berdasarkan Peraturan Kepala Kepolisian Negara Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2007 tentang Penanganan Gelandangan dan Pengemis, fakir miskin adalah orang yang sama sekali tidak mempunyai sumber mata pencaharian dan/atau mempunyai sumber mata pencaharian tetapi tidak mempunyai kemampuan memenuhi kebutuhan dasar yang layak bagi kehidupan dirinya dan/atau keluarganya.

Dewasa ini, fakir miskin didominasi oleh kelompok usia dibawah 18 tahun. Urbanisasi merupakan salah satu penyebab meningkatnya jumlah fakir miskin. Banyak penduduk desa, khususnya masyarakat berusia produktif, yang

berpindah ke perkotaan untuk mencari pekerjaan. Para orang tua membawa serta anak-anak mereka dalam proses urbanisasi. Selain itu, kondisi ekonomi keluarga yang buruk yang tinggal di pinggiran kota juga merupakan salah satu penyebab munculnya anak-anak jalanan.

Berdasarkan Undang-Undang Dasar Bab XIV Pasal 34, fakir miskin dan anak-anak yang terlantar seharusnya dipelihara oleh negara serta berdasarkan Undang-Undang Dasar Bab X Pasal 27 ayat 2, tiap-tiap warga negara berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan. Selain itu pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2011 Bab III pasal 5 disebutkan bahwa penanganan fakir miskin dilaksanakan

secara terarah, terpadu, dan berkelanjutan oleh Pemerintah, pemerintah daerah, dan masyarakat.

Meningkatnya jumlah anak jalanan di perkotaan-perkotaan besar, seperti di Surabaya, membuat pemerintah seakan-akan belum melakukan apapun untuk menangani gelandangan-pengemis.

Hal ini menjadi refleksi bahwa UU Tentang Penanganan Fakir Miskin belum berjalan dengan baik. Selama ini masyarakat seringkali melimpahkan permasalahan-permasalahan daerah kepada pemerintahan saja. Masyarakat tidak sadar bahwa diperlukan bantuan dari organisasi masyarakat, bisa dalam bantuan materiil maupun immateriil, dan *civil society* dalam penanganan fakir miskin.

Anak-anak jalanan seharusnya bisa menjadi sumber daya manusia yang berguna bagi bangsa apabila dapat diberdayakan dengan baik. Buruknya pendidikan anak-anak jalanan membuat mereka tidak laku dipekerjakan pada usia produktif.

Untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia, khususnya anak-anak jalanan di Surabaya, perancang berusaha merancang Video Layanan Masyarakat. Video Layanan Masyarakat ini ditujukan kepada para generasi muda, yaitu masyarakat yang berusia 18-25 tahun. Pada usia tersebut, masyarakat memiliki kecenderungan untuk bisa mengontrol keinginan dan perbuatan mereka, serta pada usia tersebut, masyarakat dinilai sudah memiliki ilmu pengetahuan yang bisa dibagikan kepada orang lain.

Video Layanan Masyarakat merupakan media yang cocok dalam mensosialisasikan pembinaan anak-anak jalanan, karena perihal anak-anak jalanan saat ini belum bisa dijadikan materi iklan komersial. Dewasa ini, masyarakat lebih cenderung untuk mengakses internet daripada membaca media-media cetak. Video merupakan salah satu media yang bisa diakses melalui internet. Dengan adanya gerak dan suara dalam video, audiens cenderung lebih bisa memahami pesan, daripada apabila hanya melihat dalam bentuk tulisan saja. Berdasarkan info yang didapat dari [www.youtube.com/t/press\\_statistics](http://www.youtube.com/t/press_statistics), lebih dari 800 juta pengguna mengunjungi YouTube pada setiap bulannya dan 72 jam video diunggah pada setiap menitnya. Dengan melihat informasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa video saat ini sangat populer. Selain itu, 500 juta tahun video YouTube ditonton setiap

harinya melalui situs jejaring sosial Facebook, dan lebih dari 700 video YouTube dibagikan (*share*) melalui Twitter setiap menitnya. Video juga tidak hanya bisa diakses melalui *personal computer* atau laptop saja, tetapi juga bisa melalui *smartphone* dan *tablet*. Saat ini beragam harga mewarnai pasar *gadget*. Konsumen bisa membeli *gadget* dibawah harga Rp 1.000.000. Selain harganya terjangkau, konektivitas internet pun saat ini sangat mudah. Selain dengan membeli paket yang ditawarkan oleh *provider* koneksi internet, saat ini masyarakat bisa mengakses internet hanya dengan duduk di sebuah *cafe* dan meminta kode koneksi WiFi. Melihat kenyataan lapangan, video merupakan media yang tepat.

Dalam perancangan ini diperlukan adanya kerja sama dari sebuah komunitas yang menaungi anak-anak jalanan di Surabaya. *Save Street Child* merupakan sebuah gerakan komunitas berjejaring yang sudah tersebar di berbagai kota-kota di Indonesia, seperti Jakarta, Bandung, dan Surabaya. Tujuan komunitas ini selain menyebarkan kepedulian adalah, sebagai pusat informasi tentang hal-hal yang berhubungan dengan anak jalanan. Mulai dari rumah singgah, relawan, hingga akses pelatihan-pelatihan untuk pengorganisasian anak jalanan.

*Save Street Child* yang bertempat di Surabaya terlihat kurang memiliki tenaga dan alat-alat yang mendukung kegiatan pembinaan. Kegiatan belajar-mengajar yang mereka sebut dengan ‘Pengajar Keren’ tidak memiliki tempat yang pasti. Seringkali kegiatan belajar-mengajar hanya dialasi dengan terpal atau bahkan tanpa alas. Mereka juga tidak memiliki sistem pembinaan yang jelas. Pembinaan mereka hanya dilakukan sekedarnya saja, hanya sekedar untuk memberikan tempat belajar bagi anak-anak jalanan, tanpa memperhatikan ilmu apa yang seharusnya diajarkan kepada anak-anak jalanan. Selain itu, *Save Street Child* Surabaya hanya menjangkau wilayah Surabaya Utara, Surabaya Selatan, dan Surabaya Pusat saja. Padahal anak-anak jalanan tersebar pula di Surabaya Timur dan Surabaya Barat.

Dengan adanya Video Layanan Masyarakat ini diharapkan banyak generasi muda di Surabaya yang mau membantu *Save Street Child* Surabaya dalam membina anak-anak jalanan di Surabaya.

Di Surabaya sendiri, sudah dilakukan penanganan-penanganan anak-anak jalanan

oleh Pemerintah Kota. Anak-anak jalanan setelah dirazia oleh Satuan Kepolisian Pamong Praja atau Satpol PP dimasukkan ke dalam rumah singgah, tempat-tempat pelatihan, serta dengan memberi bekal keterampilan kepada anak-anak jalanan. Tetapi, pada kenyataannya, tak semua anak-anak jalanan yang ditangkap diberikan pendidikan. Beberapa dari mereka hanya ditampung yang kemudian dalam beberapa jam dibebaskan kembali.

Satpol PP seringkali berkata kasar dan berlaku kasar ketika menjaring anak-anak jalanan. Predikat yang diberikan kepada masyarakat marjinal dan anak-anak jalanan oleh pemerintah 'Penyandang Masalah Kesejahteraan Sosial' membuat mereka seakan-akan menjadi sesuatu yang bermasalah, sehingga menimbulkan perilaku yang kurang menyenangkan dari Satpol PP ketika mengamankan mereka.

Apa yang telah dilakukan oleh Pemerintah Kota belum cukup efektif untuk mencegah munculnya anak-anak jalanan di Surabaya. 'Pembersihan' hanya sebatas 'tindakan ancaman' dari pemerintah agar anak-anak jalanan tidak kembali lagi mengemis. Namun nyatanya, banyak dari mereka yang sudah pernah ditangkap oleh Satpol PP kembali ke jalanan.

Anak-anak jalanan seringkali dianggap sulit untuk diamankan. Salah satu penyebabnya adalah adanya mobilitas yang cukup tinggi pada anak-anak jalanan. Mereka yang sudah terbiasa hidup di jalanan, akan sulit ditemukan di tempat yang sama pada jangka waktu yang pendek. Hal ini dikarenakan mereka terus berpindah-pindah.

Artikel dengan tema anak-anak jalanan sudah banyak muncul di media-media di Indonesia. Pemberitaan mengenai anak-anak jalanan di media-media memberikan kesan yang buruk bagi anak-anak jalanan, karena mayoritas media menceritakan penangkapan anak-anak jalanan oleh pemerintah. Hanya sedikit media yang memberikan gambaran positif mengenai anak-anak jalanan.

Pada media audio visual, bisa ditemukan beberapa Iklan Layanan Masyarakat atau *Public Service Annoucement* yang mengangkat tema anak-anak jalanan. Kebanyakan dari audio visual yang bisa dilihat di situs *Youtube.com*, gambaran audio visual lebih diarahkan kepada realita kehidupan anak-anak jalanan: pekerjaan dan keseharian anak-anak jalanan.

Terdapat proposal dengan tema serupa yang berjudul *Perancangan Komunikasi Visual Layanan Masyarakat Pusat Rehabilitasi Anak Jalanan di Panti X Surabaya*. Sasaran perancangan yang dibuat oleh Shenny Yuanawati tahun 2008 ini adalah wanita, sehingga pengekseskusan media dibuat secara dramatisasi. Berbeda dengan apa yang akan dirancang oleh perancang yang sasaran perancangannya adalah pria dan wanita.

Melalui perancangan video layanan masyarakat ini, diharapkan generasi muda mau berperan aktif dalam penanganan anak-anak jalanan di Surabaya melalui komunitas *Save Street Child* Surabaya.

## Metode Penelitian

Berikut ini adalah penjabaran singkat mengenai metode perancangan yang akan digunakan dalam pengerjaan tugas akhir.

### Metode Pengumpulan Data

Metode yang akan digunakan dalam usaha untuk mengumpulkan data adalah sebagai berikut:

- a. Wawancara  
Dilakukan dengan mewawancarai komunitas yang sudah seringkali menemui anak-anak jalanan, yaitu *Save Street Child* Surabaya dan juga masyarakat generasi muda sehingga dapat ditemukan perancangan video layanan masyarakat yang cocok. Serta untuk lebih mendalami hal-hal yang dibutuhkan oleh objek perancangan, akan dilakukan wawancara kepada anak-anak jalanan di Surabaya dan orang tua mereka.
- b. Observasi  
Turun langsung ke jalanan untuk melihat kehidupan anak-anak jalanan di Surabaya dan mengikuti kegiatan-kegiatan komunitas *Save Street Child* Surabaya.
- c. Kepustakaan  
Melalui buku-buku, laporan, serta internet, pencarian data-data tertulis mengenai anak-anak jalanan akan dikumpulkan.

### Metode Analisis Data

Dalam perancangan ini, perancang menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif dianggap paling memadai dalam perancangan ini karena data yang digunakan didasarkan pada fenomena-fenomena lapangan yang telah terjadi, mencakup aspek-aspek kejiwaan, perilaku, sikap, tanggapan, opini, perasaan dan keinginan seseorang atau

kelompok tertentu. Di samping itu, perancang akan mengaplikasikan 5W+1H, di mana hal ini akan dilaksanakan dengan cara mengelompokkan data yang diambil dari proses wawancara langsung di lapangan dengan pihak yang terkait, seperti anak jalanan dan masyarakat berusia 18-25 tahun. Pada akhirnya, data yang diperoleh akan dianalisis secara tajam dan terperinci sehingga akan diperoleh hasil yang akurat dan relevan dengan keadaan lapangan sebenarnya.

### Konsep Perancangan

Perancangan Tugas Akhir ini menggunakan video layanan masyarakat sebagai media utama untuk menarik simpati generasi muda di Surabaya agar mau berpartisipasi dalam komunitas *Save Street Child* Surabaya. Video akan dirancang dengan *tone*, *storyline*, dan *backsound* yang dramatis.

## Pembahasan

### Tujuan Kreatif

Perancangan video layanan masyarakat ini memiliki tujuan utama, yaitu untuk mengajak generasi muda di Surabaya berpartisipasi secara aktif dalam penanganan anak-anak jalanan melalui komunitas *Save Street Child* Surabaya.

### Strategi Kreatif

Video yang memiliki elemen visual serta audio di dalamnya, membuat pesan yang ingin disampaikan bisa diterima lebih baik oleh sasaran perancangan, yaitu generasi muda di Surabaya. Rancangan video dibuat dengan dramatis dan diberikan gambaran-gambaran nyata anak-anak jalanan di Surabaya yang cukup sederhana yang dekat dengan kehidupan sasaran perancangan. Sasaran perancangan dalam rancangan video layanan masyarakat ini adalah generasi muda yang gemar mengakses internet. Oleh karena itu perancang menggunakan YouTube sebagai medium distribusi video.

### Format Program

Format program yang akan digunakan dalam perancangan adalah MPEG-4 *part 14*, atau yang biasa dikenal dengan MP4. MP4 diperkenalkan oleh *Moving Picture Experts Group* (MPEG), sebuah kelompok kerja dalam *International Organization for Standardization* (ISO). MP4 sejak awal didesain untuk keperluan *streaming*.

Youtube merekomendasikan penggunaan format video MP4, yang merupakan *container*

yang fleksibel, apabila user ingin mengunggah videonya. Selain itu MP4 selain bisa diakses melalui *Personal Computer*, juga bisa diakses melalui *gadget-gadget* keluaran Apple dan juga Android.

### Bentuk Video

Video yang dirancang akan bertipe *public service announcement* atau iklan non komersial, serta terdapat penyertaan tulisan-tulisan verbal sebagai penguat pesan yang ingin dikomunikasikan. Di akhir video akan disertakan logo komunitas SSChild Surabaya, beserta *website*, Twitter dan Facebook komunitas.

*Typeface* yang digunakan dalam video adalah Optima. Optima berjenis *sans serif* tetapi tetap memiliki kesan yang formal. Pemilihan Optima dipilih karena mampu mewakili pesan video yang cukup serius dan ditujukan kepada generasi muda.

*Backsound* yang dipilih pada perancangan adalah lagu-lagu dengan tipe yang halus dan pelan. Tipe *backsound* yang halus dapat membawa perasaan audiens menjadi tenang dan emosional.

Video akan bertipe *progressive* dan dengan *ratio* 16:9. Hal ini berkaitan dengan peralatan rekam yang digunakan, yaitu dengan *Digital Single Lens Reflector* atau DSLR. Serta resolusi video adalah 1280x720 (*high definition*).

### Karakteristik Sasaran Perancangan

Generasi muda berusia 18-25 tahun merupakan sasaran perancangan dari perancangan ini, dan mereka dapat digolongkan dalam berbagai unsur sebagai berikut:

- a. Demografis:
  - Usia : 18-25 tahun
  - Jenis kelamin: Pria dan wanita
  - Pendidikan: SMA, MA, D3 dan S1
  - Pekerjaan: Pendidik, pelajar, dan mahasiswa
  - Kelas ekonomi sosial: Bawah ke atas
- b. Geografis:
  - Masyarakat yang tinggal di Surabaya
- c. Psikografis
  - Masyarakat dengan kondisi psikografis sebagai berikut:
    - Memiliki jiwa sosial yang cukup tinggi
    - Suka membantu fakir miskin
    - Suka menyumbang dalam bentuk material dan non-material
    - Mau berkorban bagi orang lain

- Bisa berinteraksi dengan anak-anak dengan baik
- Rajin mengunjungi situs-situs jejaring sosial
- d. Behaviour
 

Masyarakat dengan kondisi *behavior* sebagai berikut:

  - Memiliki pekerjaan tetap
  - Mandiri
  - Kondisi finansial yang kurang memadai hingga memadai
  - Bersekolah atau berkuliah
  - Bekerja sebagai guru atau pendidik
  - Menyukai anak-anak
  - Mudah iba
  - Gemar menjelajah internet

#### **Sinopsis/Ringkasan Cerita**

Kedua versi video memiliki tema besar yang sama, yaitu anak-anak jalanan di Surabaya, dengan topik yang sedikit berbeda. Video versi 'Rifa'i' lebih bercerita mengenai kondisi kehidupan anak-anak jalanan di Surabaya, sedangkan video versi 'Cita-Cita' lebih menceritakan bagaimana anak-anak jalanan juga memiliki cita-cita selayaknya anak-anak seusia mereka.

Video versi 'Rifa'i' bercerita mengenai kehidupan salah seorang anak jalanan yang bernama Rifa'i. Rifa'i diceritakan sedang membaca sebuah surat yang ternyata merupakan surat tunggakan uang sekolah. Setelah mendapatkan surat tersebut, Rifa'i terlihat geram. Tetapi, dengan jiwa yang besar Rifa'i kemudian bekerja sebagai penjual koran di jalanan sebagai salah satu cara untuk membantu keuangan keluarganya. Sebagai anak jalanan, Rifa'i tidak menginginkan banyak hal dalam hidupnya: hanyalah seragam sekolah dan sepatu sekolah yang layak pakai, serta harapan untuk tidak berjualan lagi di usianya. Ketika Rifa'i berjualan koran, ternyata ada seseorang yang lebih tertarik untuk mengisi gelas bekas yang dipegang oleh Rifa'i yang sudah berisikan uang-uang receh sebelumnya. Tak banyak yang menyadari bahwa uang-uang receh yang diberikan anak-anak jalanan hanya mampu membuat mereka bertahan pada hari itu saja. Padahal, anak-anak jalanan lebih membutuhkan sesuatu yang lebih berharga daripada uang, yaitu ilmu yang bisa dijadikan bekal masa depan anak-anak jalanan. Anak-anak jalanan membutuhkan bantuan dari para generasi muda yang dapat disalurkan melalui sebuah komunitas yang bernama SSChild Surabaya.



**Gambar 1. Screenshot Video Rifa'i 1**



**Gambar 2. Screenshot Video Rifa'i 2**



**Gambar 3. Screenshot Video Rifa'i 3**

Video versi 'Cita-Cita' menceritakan bagaimana anak-anak jalanan bercerita mengenai cita-cita mereka menjadi sosok-sosok yang mereka inginkan, seperti polisi, pedagang, angkatan laut dan dokter. Secara polos mereka bercerita bahwa alasan mereka untuk menjadi sosok-sosok yang mereka inginkan adalah mereka ingin membantu orang lain suatu hari nanti. Audiens akan diajak untuk membantu mereka mewujudkan cita-cita mereka hari ini melalui SSChild. Kemudian, akan muncul salah satu kegiatan SSChild Surabaya di Ambengan, sebagai gambaran bagi audiens kegiatan-kegiatan apa saja yang dilakukan oleh komunitas SSChild Surabaya.





**Gambar 4. Screenshot Video Cita-Cita 1**



**Gambar 5. Screenshot Video Cita-Cita 2**



**Gambar 6. Screenshot Video Cita-Cita 3**

#### **Distribusi**

Video akan didistribusikan melalui situs jejaring sosial berbasis video, yaitu Youtube. Melalui Youtube, pendistribusian video akan menjadi lebih mudah dan juga tanpa biaya distribusi.

#### **Program Media**

Dalam pendistribusian video yang dilakukan melalui dunia maya, diperlukan media-media yang bisa mendukung keberadaan video layanan masyarakat yang dirancang, antara lain kaos, dan poster yang akan didistribusikan secara *online*.

Kaos dipilih karena dapat digunakan pada kesempatan apapun oleh anggota-anggota komunitas SSChild Surabaya yang akan terdapat *website* dari komunitas yang lebih bisa memudahkan calon audiens untuk bisa mengakses video, daripada disertakan alamat *uniform resource locator* (URL) video. Poster akan didistribusikan secara *online* pada

facebook, twitter dan juga *website* komunitas sebagai pengantar rancangan video



**Gambar 7. E-Poster**

## **Kesimpulan**

Anak-anak jalanan umumnya masih dianggap sebagai kelompok yang merugikan masyarakat. Tak banyak yang menyadari bahwa apabila anak-anak jalanan diberikan pendidikan yang layak, maka mereka bisa menjadi orang yang berguna bagi bangsa di kemudian hari. Namun, bagaimanapun juga sebagai warga negara, mereka berhak untuk mendapatkan kehidupan yang layak.

Generasi muda sebagai penerus bangsa seharusnya berperan lebih aktif pada pembinaan anak-anak jalanan, sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

Saat ini video merupakan media yang cukup populer di masyarakat. Dengan adanya penggabungan gerakan visual dan juga audio yang ada pada video, video menjadi media yang menarik bagi generasi muda. Hal ini dapat dilihat melalui meningkatnya *viewers* pada jejaring sosial berbasis video: YouTube.

Video dapat menjadi media yang efektif untuk mengajak generasi muda berpartisipasi pada pembinaan anak-anak jalanan. Pembinaan anak-anak jalanan akan menjadi lebih efektif apabila generasi muda membantu komunitas-komunitas pemerhati anak-anak jalanan yang sudah terbentuk, seperti *Save Street Child* Surabaya karena bantuan yang diberikan dapat langsung tepat sasaran. *Save Street Child* Surabaya yang hingga saat ini, di tahun kedua mereka berkarya, masih kekurangan sumber

daya manusia dan sumber dana dalam pembinaan rutin mereka.

## Daftar Pustaka

- “Definisi Pembinaan.” *Artikata*. (n.d) Artikata.com.  
<<http://www.artikata.com/arti-360090-pembinaan.html>>.
- “Definisi Perancangan.” *Artikata*. (n.d) Artikata.com. 20 Januari 2013.  
<<http://www.artikata.com/arti-375112-perancangan.html>>.
- Effendy, Heru. “Mari Membuat Film: Panduan Untuk Menjadi Produser”. Yogyakarta: Panduan, 2002.
- Huraerah, Abu. “Kekerasan Terhadap Anak”. 3th ed. Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia, 2012.
- “Iklan Layanan Masyarakat.” *Wikipedia Bahasa Indonesia, Ensiklopedia Bebas*. (2003). Wikipedia Foundation. 20 Januari 2013.  
<[http://id.wikipedia.org/wiki/iklan\\_layanan\\_masyarakat](http://id.wikipedia.org/wiki/iklan_layanan_masyarakat)>.
- “Jenis-Jenis Film”. *Perpuskita*. (2011). Perpuskita. 29 Januari 2013.  
<<http://www.perpuskita.com/jenis-jenis-film/121/>>
- Kasali, Rhenald. *Manajemen Periklanan*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 1992.
- Save Street Child Surabaya. “Kegiatan.” *Save Street Child Surabaya*. 2012. 15 Maret 2013.  
<<http://sschildsurabaya.org/kegiatan/>>
- Mamer, Bruce. “Film Production Technique”. 3th ed. United States of America: Thomson-Wadsworth, 2003.
- Naratama. *Menjadi Sutradara Televisi: Dengan Single dan Multi Camera*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2004.
- “Pengertian Generasi Muda.” *Blogspot Bella Delinda Fadhillah Hanifah*. (2012). Blogspot. 1 Mei 2013.  
<<http://belladedellillahanif.blogspot.com/2012/04/pengertian-generasi-muda.html>>.
- “Peningkatan Jumlah Volume Anjal Surabaya”. *Wordpress: Coretan Penghuni Jalan*. (n.d). Wordpress. 20 Maret 2013  
<<http://benradit.wordpress.com/2012/06/20/peningkatan-jumlah-volume-anjal-surabaya/>>
- “Public Service Announcement”. *About.com | Media*. (1996). About.com. 1 April 2013.  
<<http://media.about.com/od/mediatermsandglossary/g/Public-Service-Announcement.htm>>
- “Statistics.” *YouTube*. (2005). YouTube. (10 April 2013).  
<[http://www.youtube.com/t/press\\_statistics](http://www.youtube.com/t/press_statistics)>.
- Sutanto. *Peraturan Kepala Kepolisian Negara Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2007 Tentang Penanganan Gelandangan dan Pengemis*. 9 Maret 2011.  
<<http://www.polri.go.id/atr/ppol/pages/4#eobn>>.
- “Undang-Undang Dasar.” *Pengacara-Konsultan Hukum RGS & Mitra*. (n.d). Institut Teknologi Bandung. 3 Januari 2013.  
<[http://wrks.itb.ac.id/app/images/files\\_produk\\_hukum/uud\\_45.pdf](http://wrks.itb.ac.id/app/images/files_produk_hukum/uud_45.pdf)>.
- Universitas Pendidikan Indonesia. “Bagian X Anak Jalanan.” *Universitas Pendidikan Indonesia*. 2011. 20 Januari 2013.  
<[http://file.upi.edu/Direktori/FP\\_IPS/JUR.\\_PEND.\\_SEJARAH/196303111989011-AYI\\_BUDI\\_SANTOSA/MasyarakatUrban/Bab\\_X.pdf](http://file.upi.edu/Direktori/FP_IPS/JUR._PEND._SEJARAH/196303111989011-AYI_BUDI_SANTOSA/MasyarakatUrban/Bab_X.pdf)>.
- “Urbanisasi: Penyebab Kemiskinan Perkotaan.” *Wordpress Azezpanda*. (2011). Wordpress. 3 Januari 2013.  
<<http://azezpanda.wordpress.com/2012/01/03/urbanisasi-penyebab-kemiskinan-perkotaan/>>.